



## Explorando el Turismo en Atacama: Entrevista Exclusiva con el Director de Sernatur Atacama

**L**a región de Atacama, conocida por su vasto desierto, sus cielos despejados y sus paisajes únicos, se consolida como un destino turístico en constante crecimiento.

Para conocer más sobre el estado actual del turismo, las estrategias de promoción y los desafíos que enfrenta la región, conversamos con el Director del Servicio Nacional del Turismo de Atacama Alejandro Martín, quien compartió su visión y planes para el futuro.

### EL DESARROLLO DEL TURISMO EN ATACAMA

Según el Director de Sernatur, el turismo en Atacama es una industria aún incipiente pero con un potencial enorme. Aunque hace pocos años comenzó a considerarse una actividad productiva clave, el enfoque no es convertir al turismo en la principal actividad económica, sino en una segunda fuente de ingresos sólida para diversificar la matriz productiva.

“El desarrollo turístico ha pasado por una fase de “latencia”, similar al fenómeno del Desierto Florido: un potencial visible que no se había materializado debido a la falta de recursos y voluntad. Sin embargo, recientemente, con la activación de la promoción regional y la colaboración entre actores públicos y privados, se ha comenzado a generar un “círculo virtuoso”. La promoción no solo ha mejorado la imagen de la región, sino que también ha incentivado a más socios estratégicos y a la comunidad local a sumarse al proyecto”.

“Planes de desarrollo turístico en todas las comunas, junto con un ritmo de trabajo más acelerado del esperado, han permitido posicionar a Atacama como un destino emergente en el panorama nacional e internacional”.

### DESTINOS CLAVE EN ATACAMA

La región cuenta con tres grandes macro destinos turísticos:

**1. El Valle del Huasco:** Reconocido por su biodiversidad y experiencias únicas como el avistamiento de cetáceos en Punta de Choros. Este destino conecta la aridez del desierto con la riqueza natural, generando interés tanto a nivel local como nacional.

**2. El Borde Costero:** Bahía Inglesa, con sus aguas cristalinas, y el Parque Nacional Pan de Azúcar, hogar de una fauna fascinante, destacan como joyas de la región. Estos lugares ofrecen experiencias únicas para quienes buscan relajación, aventura y contacto con la naturaleza.

**3. La Cordillera del Valle de Copiapó** y de Atacama: Atractiva para los amantes de la montaña y el ecoturismo, esta zona representa un escenario perfecto para actividades al aire libre, como trekking y exploraciones en alta montaña.

El enfoque estratégico se centra en diversificar las experiencias y en articular estos destinos para atraer una mayor afluencia de visitantes durante todo el año.

### PROMOCIÓN TURÍSTICA: UNA ESTRATEGIA INTEGRAL

El director Alejandro Martín subrayó que;

“ para posicionar a Atacama como un destino competitivo, Sernatur ha desarrollado estrategias de promoción nacional, internacional y local. Estas surgieron como una respuesta a los desafíos impuestos por la pandemia, pero han evolucionado hacia un enfoque más estructurado y orgánico.

A nivel nacional, las campañas publicitarias, eventos y ferias buscan no solo atraer turistas de otras regiones, sino también incentivar a los propios habitantes de Atacama a redescubrir su tierra y convertirse en sus mejores anfitriones. “El turismo no tiene fronteras” En el ámbito internacional, las estrategias incluyen la participación en ferias globales, publicaciones en medios especializados y la colaboración con operadores turísticos que proyectan a Atacama como un destino único por su combinación de desierto, montaña y playas”.

### DESAFÍOS AMBIENTALES Y CONCIENCIA TURÍSTICA

“ Uno de los mayores retos que enfrenta Atacama es la preservación de su entorno natural, especialmente en un contexto donde la actividad minera y los proyectos fotovoltaicos conviven con el desarrollo turístico”.

### SERNATUR ABORDA ESTE DESAFÍO DESDE DOS FRENTES:

- **Protección ambiental:** Participando en la evaluación de proyectos que puedan impactar negativamente en el turismo y promoviendo estándares estrictos para su desarrollo.
- **Conciencia turística:** Fomentando en locales y visitantes el cuidado de los recursos naturales y culturales. “Queremos que todos los atacameños se conviertan en embajadores del turismo y que los visitantes comprendan la importancia de preservar lo que tenemos”, explicó el Director.

### ESTACIONALIDAD Y MOVILIDAD TURÍSTICA

La estacionalidad es otro desafío clave en la región, con un aumento significativo de visitas durante el verano. Para mitigar esto, Sernatur organiza eventos y actividades que extienden la temporada alta y generan movilidad turística en periodos de baja demanda.

Programas sociales, actividades culturales y eventos masivos son herramientas clave para incentivar la visitación durante todo el año, destacando destinos como Caldera y Alto del Carmen, que han logrado atraer turistas incluso fuera de las épocas tradicionales.

### PROYECCIONES DE VISITACIÓN

Este verano, se espera un flujo de entre 500.000 y 700.000 viajes a la región, lo que representa un 2% de la proyección nacional. Estas cifras incluyen tanto a turistas que pernoctan como a aquellos que realizan viajes de un día, lo que evidencia el crecimiento del turismo interno y la oportunidad de consolidar la región como un destino sostenible.

### EL FUTURO DEL TURISMO EN ATACAMA

Mirando hacia los próximos cinco a diez años, el Director de Sernatur de Atacama visualiza un futuro prometedor para el turismo en Atacama. Con planificación estratégica, diversificación de experiencias y una oferta turística en constante expansión, la región tiene el potencial de consolidarse como un referente en turismo sostenible y de calidad.

“ El ambiente de positividad y las alianzas entre el sector público, privado y académico están sentando las bases para un desarrollo sólido. Si mantenemos los recursos adecuados y el compromiso colectivo, Atacama será uno de los destinos más competitivos de Chile y el mundo,” concluyó.